

# COMUNICACIÓN EN LA ECOLOGÍA DE LA INTERRUPCIÓN. LOS EFECTOS IDEOLÓGICOS DE INTERNET

## COMMUNICATION IN THE ECOLOGY OF INTERRUPTION. IDEOLOGICAL EFFECTS OF INTERNET

Javier García López  
[javier.garcia@udima.es](mailto:javier.garcia@udima.es)

Universidad a Distancia de Madrid

### Resumen

El objetivo de este trabajo es analizar el proceso de comunicación mediática por medio del cual la mente lineal está siendo desplazada por una mente que necesita estallidos cortos, descoordinados y solapados. La revolución cognitiva y cultural que conlleva el uso sistemático y generalizado de la comunicación en red es convalidable con la irrupción de otras tecnologías anteriores, como ocurrió con el alfabeto. Desde el método de la argumentación filosófica práctica nos vamos a adentrar en la disección del proceso de cambio de paradigma tecnológico para explicar cómo se están modificando los procesos de comunicación mediática.

### Palabras claves

Internet, ecología de la interrupción, ética, ideología

### Abstract

The aim of this paper is to analyze media communication process through which the linear mind is being displaced by a mind that need short, uncoordinated and overlapping bursts. Cognitive and cultural revolution that involves the systematic and widespread use of network communication is similar to the eruption produced by other older technologies, such as the alphabet. From the practical philosophical argument we get into the technological paradigm shift to explain how they are changing the processes of media communication.

### Keywords

Internet, interruption ecology, ethics, ideology



## **1. Introducción.**

Las herramientas que proporciona el ambiente Internet suelen determinar nuestra manera de percibir el mundo que nos rodea. La comunicación virtual que se desarrolla en el ambiente de Internet plantea ciertas novedades y ventajas frente a otras tecnologías anteriores. Sin embargo, si no es percibida como una mera herramienta, los efectos que puede provocar condicionan incluso nuestras conexiones neuronales. De hecho, como se ha demostrado recientemente, las relaciones existentes entre los individuos y el ambiente se han reordenado, siguiendo las pautas comunicativas propias del mundo de la Red.

Actualmente se piensa que las tecnologías como Internet son simplemente herramientas, pero en realidad suelen ser medios que determinan el modo en que conocemos el mundo. Anteriormente, otras tecnologías como el alfabeto han determinado a los individuos en su conocimiento de su contexto. Tal es el caso que ofrece Luria en su "Desarrollo histórico de los procesos cognitivos" (2006), donde expone un estudio en el que analiza a gentes de los montes kazajos y que pone de relieve cómo el conocimiento del ambiente es diferente entre los individuos no alfabetizados, los semialfabetizados y los alfabetizados (vale decir, iletrados, semi-letrados y letrados).

Esta posición puede recordar el debate casi encolerizado que se produjo en los años ochenta entre los funcionalistas defensores de la teoría de los "usos y gratificaciones" y los postestructuralistas partidarios de los "estudios culturales", sobre los efectos de la comunicación mediática masiva. Los primeros defendían que los individuos receptores de programas televisivos (y de otros contenidos mediáticos) eran libres para elegir un contenido u otro y, por tanto, la elección para ver un programa de televisión u otro dependía únicamente de la gratificación que los individuos obtenían. Los segundos, por contra, defendían que existía una limitación por parte de la tecnología, guiada por los individuos e instituciones de las que dependía la programación televisiva. Además, el contenido (cómo se estructuraba la información en televisión y cómo se relacionaban los distintos programas entre sí) daba lugar a un "cierre interpretativo" que fijaba de algún modo cómo debía la audiencia posicionarse ante ciertos temas sociales y ambientales. De modo que la televisión determinaba el modo de conocer el mundo para los partidarios de los estudios culturales. Contrariamente, para los partidarios de los usos y gratificaciones se trataba sólo de una cuestión de elección racional de la audiencia y este hecho no limitaba el modo de conocer la realidad para los individuos.

## **2. Internet, usos y gratificaciones.**

Durante mucho tiempo se pensó que los efectos de los medios de comunicación de masas eran reducidos y dependía en gran medida de las múltiples interpretaciones de cada individuo frente a los mensajes que se lanzaban. En esta línea, Morley (1996) destaca un



estudio dirigido por Nordenstreng (1974) en Finlandia, cuyos resultados mostraron que los finlandeses apenas recordaban la información específica de la emisión de los noticiarios, entrevistados al día siguiente de dicha emisión, aunque el 80% aseguraba ver por lo menos una emisión de noticias al día. Estos datos hicieron suponer a Nordenstreng que los contenidos de los noticiarios son indiferentes a la audiencia y, por tanto, concluyó, el hecho de ver noticiarios forma parte de un mero ritual de la vida cotidiana que ejerce un efecto insignificante sobre las conductas de la población.

Sin embargo, aunque es cierto que el hecho de ver noticiarios y otros tipos de programas por televisión tiene un cierto aspecto ritual, no se puede reducir este acto a una costumbre o hábito mecánicos. Según plasma Morley:

Si bien una audiencia puede retener muy poca información específica, quizá retenga definiciones del orden de las cosas: categorías ideológicas insertas en la estructura del contenido específico. En realidad, la investigación realizada por Hartmann y Husband (1972) sobre la raza y los medios se concentró precisamente en el influjo de estos sobre los marcos de definición, antes que sobre actitudes específicas o niveles de información. Estos investigadores comprobaron que, aunque los medios parecían tener escasa influencia sobre las actitudes de la audiencia hacia los negros en su zona de residencia, el influjo sobre el modo de pensar en cuestiones "raciales" era mucho más extenso. Por lo tanto, consideraron que el influjo de los medios opera sobre los marcos interpretativos -las categorías que la gente emplea cuando piensa en cuestiones referidas a la raza- antes que directamente sobre las actitudes. Esto equivale a decir que los medios producen efectos en lo que se refiere a "definir temas", instalar la agenda de problemas sociales y proporcionar los términos con los que esos problemas pueden ser pensados (1996: 117-118).

De modo que el modelo de los *usos y gratificaciones* presenta, al menos, dos fallos fundamentales:

- Sobrestima la apertura del mensaje: aunque los mensajes pueden admitir más de una lectura de forma potencial, es cierto que el mensaje siempre está estructurado de manera dominante por la lectura preferencial que marca el emisor. Por tanto, el momento de codificación (llevado a cabo por el emisor) tiene un efecto predeterminante para la producción de sentido en los momentos que siguen en el proceso de comunicación.
- Los *usos y gratificaciones* tienen una naturaleza insuficientemente sociológica:  
La de los usos y gratificaciones es una problemática esencialmente psicologista, porque se basa en estados mentales, necesidades y procesos abstraídos de la situación social de los individuos en cuestión. [...] Los procesos "intraindividuales" abordados por la investigación de los usos y gratificaciones pueden generalizarse



y aplicarse a conjuntos de individuos, pero no a transformarse válidamente en una estructura y un proceso social (...), porque aun aquí la audiencia se concibe como una masa atomizada de individuos (...), abstraídos de los grupos y de las subculturas que proveen un marco de sentido a sus actividades (Morley, 1996: 84).

No hay en los medios de comunicación, incluyendo Internet, ningún texto inocente, que no tenga cierta relevancia en la construcción de significados para nuestra vida cotidiana y que no sea digno de estudio atento. No se trata, por tanto, de simple entretenimiento, aunque los contenidos, en muchas ocasiones, plantean una naturaleza aparentemente trivial. Por ejemplo, el trabajo de Mattelart y Dorfman (1987) sobre los dibujos animados del pato Donald muestra cómo la individualidad, libertad y el modo de hacerse rico, así como de la sexualidad y la naturaleza de la familia se enmarcan en supuestos ideológicos sobre las costumbres aparentemente inocentes de los habitantes de Patolandia.

Así que los emisores introducen una dirección en la estructura del mensaje, con el objetivo de lograr una comunicación eficaz. Los emisores impregnan el mensaje con ciertas clausuras que permiten establecer un "lectura preferencial o dominante" para la posible interpretación. Se trata de que la interpretación del receptor se ajuste lo máximo posible a la estructura del mensaje emitido. En el caso de la comunicación mediática, para que un texto logre transmitir por completo al receptor el sentido preferencial o dominante dependerá de un hecho determinante: que el receptor comparta los códigos ideológicos que obtiene de otras esferas institucionales con los códigos ideológicos del texto mediático.

### **3. El método crítico para desbrozar el bosque.**

La sociología funcionalista piensa en los medios de comunicación como instituciones capaces de mantener el orden establecido. Se habla de los medios de comunicación como constructores de democracia, al servicio de la clase política, fundamentalmente, de una manera más o menos patente. Sin embargo, las escuelas de pensamiento crítico no creen en el valor democrático de los medios de comunicación. Desde estas perspectivas, los medios de comunicación se plantean como medios de producción y transmisión cultural. Ciertas escuelas, desde esta rama de pensamiento, hablarán de los medios de comunicación como instrumentos de poder y dominación o hegemonía (Adorno y Horkheimer, 1944 y 2007; Althusser, 1969 y 1975; Marcuse, 1985; Gramsci, 1985). La perspectiva crítica, en consecuencia, conforma una visión radicalmente opuesta al funcionalismo y, por ende, a la propuesta de los usos y gratificaciones.

Al contrario que la teoría de los usos y gratificaciones, el método crítico para abordar el análisis de los medios de comunicación suele concebir la audiencia como un conjunto complejo de subculturas y subgrupos superpuestos, entendiendo que los contextos sociales establecen los marcos conductuales propios de cada individuo. En este sentido, Morley



(1996) plantea la necesidad de llevar a cabo una abstracción, una simplificación de la organización de los individuos en sociedad. Para ello, parte de la teoría de Parkin (1974), quien enmarca a los miembros de las diferentes clases sociales de una sociedad dentro de lo que él llama “sistemas de sentido o marcos ideológicos”. Aunque, como hemos dicho, el esquema de Parkin es una simplificación, permite concebir la audiencia como un todo estructurado. Así, Parkin argumenta que en las sociedades occidentales actuales se pueden vislumbrar tres sistemas principales de sentido:

- El sistema de valores dominante, cuya fuente social es el orden institucional principal; constituye un marco moral que se inclina a refrendar la desigualdad existente en términos de respeto;
- El sistema de valores subordinado, cuya fuente social o medio generador es la comunidad local de la clase obrera; este marco promueve respuestas de acomodación a los hechos de desigualdad y al bajo estatus social;
- El sistema de valores radical, cuya fuente es el partido político que tiene base de masas en la clase obrera; este marco promueve una interpretación de oposición a las desigualdades sociales (Morley, 1996: 130).

Morley adapta este esquema propuesto por Parkin y obtiene tres posiciones que el decodificador puede adoptar ante el mensaje codificado. Así:

Una posibilidad es que acepte plenamente el sentido que le ofrece el marco interpretativo que el mensaje mismo propone y prefiere; en este caso, la decodificación se realiza según el código dominante o de acuerdo con este. Una segunda posibilidad es que el decodificador haga propio a grandes rasgos el sentido codificado, pero relacionando el mensaje con cierto contexto concreto o situado que refleje su posición y sus intereses, con lo cual el lector puede modificar o torcer parcialmente el sentido preferencial. Siguiendo la terminología de Parkin, podemos decir que esta es una decodificación “negociada”. La tercera posibilidad es que el decodificador discierna el contexto en el que fue codificado el mensaje, pero pueda aportar un marco de referencia distinto que deje de lado el marco codificado e imponga al mensaje una interpretación que opere en directa “oposición”. Estas lecturas de alternancia no pueden considerarse erradas, sino que se entienden más adecuadamente como una crítica desarrollada en contra de la lectura preferencial (Morley, 1996: 130).

De esta forma, Morley establece tres posibilidades que el receptor del mensaje puede adoptar en su situación de decodificador: que acepte totalmente el mensaje, que lo comparta en una parte o que se oponga por completo. Morley concluye que la recepción y la interpretación del mensaje dependen en gran medida del contexto social estructurado en el que se inserta el decodificador individual. Aún así, la lectura dominante que impone el emisor guía la interpretación del texto y, en la mayoría de casos, se impone a una potencial lectura opuesta.



Se podría concluir, por nuestra parte, siguiendo la lógica de Morley, y fundamentándonos en su estudio, que la mayoría de los receptores se adhieren de una forma más o menos ajustada al macrodiscurso<sup>1</sup> comunicativo, interpreta la posible lectura preferencial de la comunicación en red, porque el uso de Internet es sistemático y generalizado. No hay otro discurso, no hay otra realidad cotidiana que no sea la realidad de los medios de comunicación. Nuestras creencias e intereses surgen a partir de las creencias e intereses de la estructura social y nos impregnamos de ellas como si fueran nuestras. La probabilidad de oposición a este macrodiscurso es menor. La capacidad de reacción por parte de los receptores ante otras posibilidades, ante otras herramientas o ante otras tecnologías exigua. Se puede argumentar, por tanto, que los medios de comunicación determinan ideológicamente a los receptores; guían sus pensamientos y sus conductas. Pero el caso de Internet es si cabe más significativo, porque la Red no solo determina ideológicamente, sino que influye en la configuración cerebral, en cómo se organizan nuestras conexiones neuronales.

#### 4. La ecología de la interrupción.

Debido a la plasticidad del cerebro, sabemos que los medios de comunicación, Internet a la cabeza, está cambiando nuestra mente, nuestras conexiones neuronales. En este contexto de comunicación virtual, el flujo de información es superior a la capacidad del cerebro para procesarla. Ello nos lleva a una cultura de la inmediatez. El usuario-receptor requiere respuestas rápidas del emisor. Los argumentos de las películas son cada vez más planos. Y las películas que contienen argumentos más trabajados y cuyas conexiones entre elementos audiovisuales parecen más complejas son encasilladas en el llamado cine alternativo. Además, el cine de argumentos cuidados está siendo sustituido masivamente por series de televisión que ofrecen pequeños golpes o *shocks* argumentales divididos en varios capítulos y temporadas, siguiendo la cadencia de Internet. Por decirlo de algún modo, nos estamos acostumbrando a la cultura de *Twitter*. No somos capaces de aguantar más de ciento cuarenta caracteres en un proceso de intercambio comunicativo.

<sup>1</sup> Nos referimos aquí al concepto de macrodiscurso que propone González Requena (1999). El macrodiscurso televisivo está conformado por el conjunto de discursos individuales que se presentan en la televisión. Es una especie de resumen general que aglutina todos los discursos posibles a través del medio; es posible hablar de macrodiscurso en este sentido teniendo en cuenta la probable linealidad de los textos televisivos, la posible adhesión, más o menos ajustada, a un discurso genérico (que nace de la estructura del sistema social). A pesar de las diferencias entre algunos mensajes, no existe casi nunca una confrontación total, una oposición radical (de raíz) interdiscursiva (entre discursos). Un ejemplo de una posible confrontación real entre discursos sería la existente entre la televisión cubana y las televisiones estadounidenses actuales (comunismo contra capitalismo), aunque en este sentido estaríamos hablando de una oposición radical entre macrodiscursos (el macrodiscurso de la televisión cubana y el macrodiscurso de la televisión norteamericana) y no interdiscursiva.





Así que la mente lineal (calmada, concentrada) está siendo desplazada por una mente que necesita estallidos cortos, descoordinados y solapados. Se trata de una mente forjada en el hábito del manejo de la Red. Cuando una actividad se repite, como ocurre con el manejo de las nuevas tecnologías, las conexiones neuronales propias de esa actividad se hacen fuertes. Estos cambios en el cerebro no sólo ocurren con experiencias físicas, también con experiencias imaginadas. Lo que pensamos también produce una influencia física en nuestro cerebro. Se producen, como explica Carr (2014), cambios fisiológicos. Dichos cambios se pueden observar en los cerebros de individuos que practican con instrumentos musicales y manejan el lenguaje musical. Por tanto, el cerebro no se limita a olvidar, sino que suple el espacio que dejan las habilidades que ya no se practican por las nuevas; si bien podemos esforzarnos en recuperar las viejas habilidades. Esto explica, por otra parte, que la educación musical debe ser incluida de manera obligatoria en cualquier programa pedagógico de educación fundamental.

Cada vez leemos menos libros y nuestro cerebro rellena el hueco de la lectura con las nuevas conexiones que surgen de la actividad en la Red. Esto ocurre con cualquier tecnología intelectual, como argumenta Carr. Herramientas como los mapas o el reloj han cambiado la mentalidad de la humanidad. Por ejemplo, el reloj cambió la noción del tiempo para siempre. Las herramientas intelectuales transforman la experiencia y, por tanto, la mente. No obstante, las tecnologías intelectuales imponen una ética, que se transmite, siempre en evolución, de padres a hijos, lo que recuerda a la “memética” de Dawkins (2000).

Pero Internet va más allá que cualquier otra tecnología. Porque la Red subsume la mayoría de tecnologías intelectuales (es libro, es mapa, es reloj, es calculadora, etc.). Pero esta acumulación se manifiesta de una manera fragmentada, que provoca distracción y sobrecarga cerebral. Incluso los demás medios tradicionales, como la televisión o la radio, intentan parecerse cada vez más a la Red: fragmentan la información breve, se encaminan hacia los contenidos centrados en la diversión y se sincronizan con las redes sociales para obtener un efecto interactivo con la audiencia. Quizá el medio que está tardando más en adaptarse a esta nueva situación es el libro (por fortuna, diríamos algunos). El libro presenta ventajas frente a la Red: no gasta batería, es fácilmente portable y la experiencia lectora es mejor, como respaldan numerosos estudios experimentales. Dicho lo cual, también es cierto que el libro electrónico, como el *Kindle* de Amazon, está avanzando en el mercado editorial. Pero esto está provocando un cambio de contenido, más allá del cambio de forma, como ya apostilló McLuhan (1964). Como explican Viñas y Cabezuelo (2011), “con las aportaciones técnicas de instrumentos digitales como el iPad de Apple, la lineal lectura que, por regla general, demandan las composiciones de carácter literario se torna en un rápido y metódico acercamiento a secciones puntuales de la obra cuando se accede a otros modelos/dispositivos comunicativos de distinta función y contenido que abogan por una sistematización de la información en bloques temáticos, como, por ejemplo, un periódico tradicional”. Además, el acto de lectura de un libro de ese modo puede



convertirse en algo superficial, como leer una revista o un periódico. Se pierde la magia de sumergirse en otros mundos, para lo que se requiere cierta concentración y un contexto tranquilo. Por todo ello, el apego al texto se vuelve muy tenue en Internet y priman los valores del entretenimiento y de la distracción. “Las búsquedas en la Red no dibujan el bosque, ni siquiera árboles. Sólo ramas y hojas” (Carr, 2014: 115). Esto es lo que proporciona la fragmentación propia de Internet. Una fragmentación que era propia de la épica, pero aquella tenía un sentido de cuerpo pedagógico, de unidad ética, que no conllevaba necesariamente distracción y sobrecarga informativa.

Es difícil que el libro, como lo conocemos hasta ahora, se adapte a Internet. Porque el libro y la lectura llevan aparejada una lógica, una abstracción. Por contra, el texto en Red es efímero. Así que la lectura está volviendo a su estado inicial: los lectores comienzan a ser una minoría. Hay quien pensaba que llegaríamos de nuevo a una situación parecida a la oralidad (Uzanne, siglo XIX). Pero este camino de vuelta es imposible y sólo podemos hablar, como argumenta Pollán<sup>2</sup>, de una “oralidad secundaria”. En cualquier caso, Internet altera la mente y el usuario únicamente puede actuar por medio de un cerebro propio de un malabarista sin control de la situación.

En esta “ecología de la interrupción” (Carr, 2014: 136), Internet apela constantemente a nuestros sentidos. También en la tradición oral se apelaba a los sentidos, pero no de la manera sobrecargada con la que trabaja la Red. Y existe una diferencia radical entre la poesía épica e Internet: el sustento de la mimesis. Carr pone el ejemplo del Fedro de Platón, donde Sócrates explica que la sabiduría no puede residir en la escritura, ya que provoca dejar de ejercitar la memoria y se invocarán las cosas sabidas por medio de marcas exteriores (la escritura). Si bien Sócrates reconoce ciertos beneficios prácticos a la escritura, piensa que “la dependencia de la tecnología alfabética altera la mente de una persona, y no para mejor” (2014: 74). Con la escritura, sigue Sócrates, nos convertimos en pensadores menos profundos; impide llegar a las verdaderas sabiduría y felicidad (también Carr hace alusión al Libro X de La República, donde Platón propone la expulsión de los poetas, de la tradición oral, para poder alcanzar la ciudad perfecta). En el mismo plano escéptico que Sócrates se sitúa Carr al argumentar que Internet, frente al libro y a la lectura, impide la comprensión y la retención. Pero quizá Carr es más platónico cuando refuerza la hegemonía de la escritura y de la lectura como vía de conocimiento.

En este sentido, parece interesante realizar una categorización de los elementos principales de la tradición oral, de la escritura y de Internet. Dicha categorización y la puesta en relación de las diferentes variables puede dar luz sobre los efectos de Internet. Además,

<sup>2</sup> El profesor de la Universidad Autónoma de Madrid Tomás Pollán es un ágrafo convencido, como bien saben quienes lo conocen. Por ello, las reflexiones que le tomamos prestadas aquí son únicamente interpretaciones propias del autor de este texto a partir de conversaciones mantenidas con él.





puede resultar útil para dibujar una pequeña historia en evolución sobre las tecnologías comunicativas más importantes de la humanidad. A continuación presentamos una tabla de elaboración propia en la que plasmamos todos estos términos:

**Tabla 1:** Relación entre tradición oral, escritura e Internet  
Diferencias y similitudes

<b>TRADICIÓN ORAL</b>	<b>ESCRITURA</b>	<b>INTERNET</b>
1.- Aidos (sentido moral: respeto, justicia, pudor).		No hay aidos.
2.- Memoria: constricciones narrativas para recordar.	Existe una liberación de la memoria, si bien se puede memorizar fácilmente (como argumentaba Erasmo).	No hay constricciones narrativas, sino fragmentación. La memorización es complicada.
3.- Identificación.	No existe identificación ni doxa (opinión). Existe logos.	La identificación está condicionada a la imitación de pautas sociales en el manejo de las herramientas tecnológicas.
4.- Narraciones del devenir (nacer y perecer).	Discurso del ser (universales).	El ser se diluye en un constructo aún más universal (si cabe la gradación del término): la Red.
5.- Ética de situación.	Ética de los conceptos universales.	Ética de Internet.
6.- La memoria rítmica requiere continuidad en las narraciones. Unidad.	La continuidad está implícita en la escritura. Se puede hablar de un "discurso" (con principio y fin) propio de la escritura-lectura. La escritura permite la vuelta atrás.	Se produce una sucesión de pequeñas narraciones fragmentadas que no permiten la continuidad/ unidad.



<p>7.- Pero los temas y acontecimientos se presentan sueltos, aunque enlazados paratácticamente (no hay subordinación).</p>	<p>Existe la subordinación, propia del logos: hipotaxis.</p>	<p>No se da ni parataxis ni hipotaxis. Aunque se puede percibir una especie de yuxtaposición de datos e información. Sería una parataxis sin el objetivo de generar una narración que requiere la continuidad. No se necesita la unidad de sentido que dé lugar a una pedagogía propia.</p>
<p>8.- Visualización, que permite la memorización.</p>		<p>No existe la visualización en el sentido de la tradición oral.</p>
<p>9.- Es un discurso tradicionalista (tradición viva, que se adapta a las necesidades de la comunidad).</p>	<p>Transforma el discurso (sintáctica y semánticamente).</p>	<p>El discurso se diluye por medio de la infinidad de canales y datos.</p>
<p>10.- La poesía presenta tramas que se pueden conectar o coser, tal y como organizaban los rapsodas (aunque no siempre del mismo modo, como el lógico). Hay que tener en cuenta que se trata de un pensamiento homeostático: sólo se recuerda lo relevante para la comunidad (recordamos aquí el estudio de Goody con la tribu Lo Daga; aunque esto también ocurre con discursos o lenguajes como el del flamenco).</p>	<p>Existe una organización del discurso que queda plasmada para siempre y que dificulta el cambio. La ética que se impone es difícil de ser modificada porque “queda escrito” (ocurre, por ejemplo, con las constituciones nacionales, que son difíciles de modificar como documentos escritos cuasi-inamovibles).</p>	<p>Se da lo que Pollán llama “oralidad secundaria”. Se abandona la literatura y se produce una desorganización que forja un refrito de temas sin nexos.</p>

**Fuente:** Elaboración propia.

En conclusión, la revolución del pensamiento griego es una revolución sintáctica. La revolución de Internet es la revolución de la anulación de la sintaxis, de la fragmentación.



## **5. Conclusiones sobre la ética de Internet.**

La ética de Internet se está imponiendo como la única ética. La ética de lo fugaz, de lo vago. Y esto no es ni mucho menos una vuelta a la ética de la tradición oral, que guiaba a los receptores por medio de la comunicación de las tramas épicas que se recogen, por ejemplo, en los “compendios” del rapsoda Homero (ese sastre real o ficticio de la poesía épica). Y tampoco tiene que ver la comunicación en Red con la comunicación escrita, en ese sentido. Porque la lectura de libros subestima los sentidos (según Carr, por eso es tan estimulante intelectualmente) e Internet los sobrestima. La mimesis en Internet se debilita por completo. “El hecho de que un gen deba estar activo para formar la memoria a largo plazo muestra claramente no sólo que los genes son los factores determinantes del comportamiento, sino también del entorno, caso del aprendizaje” (Carr, 2014: 228). Esto es muy importante para explicar cómo ambientes estimulantes ayudan en el proceso de aprendizaje y, por tanto, a retener/memorizar (como ocurría en la tradición oral, con los recitales de poesía, los gestos, el acompañamiento de música mediante el aulos o la cítara, etc.). En Internet, el exceso de estímulos y de información hace que nuestra atención se disperse.

Para retener, para memorizar, el cerebro debe transferir la memoria de trabajo a la memoria a largo plazo. Esta es la clave de la tradición oral; todo ornamento poético estaba dirigido a la retentiva (el acto pedagógico), a que el receptor recordara y se identificara con los comportamientos épicos que se repetían de diferentes modos con la intención de ser recordados. La tradición oral estimulaba la atención con el objetivo de la memorización. Sin embargo, en la actualidad, debido a la cantidad de datos e información que se ofrecen en Internet (incluso de manera simultánea), la memorización es casi imposible. Navegar por Internet, al contrario que ocurre con la lectura de un libro, no implica relaciones con el lenguaje, la memoria y el procesamiento visual. Como decíamos antes, se forja una ética de lo fugaz (lo que no se retiene no se sabe).

Por otro lado, nuestra posición social está siempre en juego. Las acciones que se llevan a cabo en la Red siempre están encaminadas al reconocimiento de la comunidad, bien de un modo implícito, bien de una forma explícita. Se trata de conseguir el afecto social únicamente mediante el uso de la tecnología, no a través del conocimiento o del aprendizaje. La utilización de la tecnología te hace estar dentro del grupo, no utilizarla implica quedarte fuera del grupo. Todo se mide en términos de cantidad, de lo que uno puede abarcar en tanto malabarista de la información. Hemos pasado de la agricultura de datos/información (cultivar la información) a la caza de datos. Podríamos traer, en este sentido, el refrán típico español: “quien mucho abarca, poco aprieta”. Con la Red tenemos más habilidades visual-espaciales, pero debilitamos el pensamiento profundo. “En otras palabras, la Red nos está haciendo más inteligentes; siempre y cuando definamos la inteligencia según los estándares de la propia Red” (Carr, 2014: 173). En definitiva, somos seres gregarios y tendemos a “meternos” en las mentes de los demás e, incluso, a imitarlos.



Numerosos estudios indican que, con Internet, cada vez más tendemos a imitar a mentes imaginarias (esto podríamos relacionarlo con el funcionamiento de la publicidad). De modo que nuestros aparatos tecnológicos, como diría McLuhan (1964), están programándonos a nosotros y no al contrario. Se está forjando una ideología de la Red, pero que sirve para la misma Red y para los contextos vivenciales de fuera de la Red (por ejemplo, los artículos científicos ahora se miden atendiendo a su popularidad en Internet, en lugar de por su profundidad intelectual; así se mide el conocimiento académico en la actualidad, atendiendo a los criterios de evaluación de ANECA). Internet escribe el guion de cómo debemos pensar y comportarnos. Pero ese guion en red también puede ser escrito por los usuarios, dependiendo del activismo de los individuos como entes sociales. Internet puede convertirse en una herramienta que aliente la sociofobia (Rendueles, 2013), pero también puede llegar a ser un artefacto al servicio de la sociedad (Sampedro, 2014).

Vivimos en un proceso de cambio de paradigma tecnológico. La escritura alfabética supuso una revolución y coexistió con la tradición oral (según algunos autores, incluso hasta la Edad Media). Con la aparición de la imprenta, la tradición oral se diluyó por completo y el libro se impuso como medio de transmisión y como ética. Ahora estamos inmersos en un nuevo cambio tecnológico a niveles revolucionarios, ya que nuestra ética está cambiando.

## Bibliografía.

Adorno, T. W. y Horkheimer, M. (1944). *The Culture Industry: enlightenment as Mass Deception*, disponible en: <http://www.marxists.org/reference/archive/adorno/1944/culture-industry.htm>

Adorno, T. W. y Horkheimer (2007). *Dialéctica de la Ilustración (obra completa)*. Madrid: Akal.

Althusser, L. (1969). *For Marx*. London: Allen Lane.

Althusser, L. (1975). *Escritos*. Barcelona: Laia.

CARR, N. (2014). *Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Madrid: Taurus.

Dawkins, R. (2000). *El gen egoísta*. Barcelona: Salvat.

González Requena, J. (1999). *El discurso televisivo: espectáculo de la postmodernidad*. Madrid: Cátedra.

Gramsci, A. (1985). *La política y el Estado moderno*. Barcelona: Planeta-Agostini.



Luria, A. R. (2006). *Desarrollo histórico de los procesos cognitivos*. Madrid: Akal.

Marcuse, H. (1985). *El hombre unidimensional. Ensayo sobre la ideología de la sociedad industrial avanzada*. Barcelona: Planeta-Agostini.

Mattelart, A. y Dorfman, A. (1987). *Para leer al Pato Donald. Comunicación en masa y colonialismo*. México: Siglo XXI.

McLuhan, M. (1964). *Understanding media. The extensions of man*. New York: McGraw-Hill.

Morley, D. (1996). *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Madrid: Amorrortu.

Nordenstreng, K. (ed.) (1974). *Informational Mass Communication. A Collection of Essays*. Helsinki: Tammi.

Parkin, F. (1974). *The Social Analysis of Class Structure*. London: Routledge.

Rendueles, C. (2013). *Sociofobia. El cambio político en la era de la utopía digital*. Madrid: Capitán Swing.

Sampedro, V. (2014). *El cuarto poder en red. Por un periodismo (de código) libre*. Barcelona: Icaria.

Viñas, Manuel y Cabezuelo, Francisco (2011). ¡Si McLuhan tuviera un iPad!: Nuevos paradigmas comunicativos extraídos de los inventos de Apple. *Espéculo: Revista de Estudios Literarios*, nº 47, disponible en: <http://www.ucm.es/info/especulo/numero47/mclipad.html>

